

（研究報告）

パチンコ広告の表現規制について

－2012年警察庁丁保発第102号とパチンコ参加人口の変化－

早野慎吾

（都留文科大学教授）

1. はじめに

平成24年7月13日付「ぱちんこ営業における広告、宣伝等に係わる風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律違反の取り締まり等の徹底について（通達）」が警察庁丁保発第102号（以降「丁保発102号」）として発令された。平成23年6月15日付、警察庁丁保発100号で、ぱちんこ営業における広告、宣伝等に係る風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号「風営法」）の規制の運用方針について明確化し、各都道府県警察が業界指導を行ったにもかかわらず「依然として、この趣旨に反し、隠語のみならず様々な脱法的表現により善良の風俗及び清浄な風俗環境を害するおそれがある広告、宣伝等を行おうとするぱちんこ業者等が存在している状況にある」として、取り締まりを徹底するために通達されたと冒頭で述べられている。つまり、パチンコ広告宣伝を適正化するよう各都道府県警察が業界指導を行ったにもかかわらず従わない業者がいるので、取り締まりを徹底させるという通達を行ったのである。本稿では、どのような表現規制が行われたのかを概説し、広告宣伝がどの程度パチンコ参加人口につながっているかの一例を示す。

2. 広告および宣伝の規制

「丁保発102号」では、次の（1）から（7）までに該当する内容の広告、宣伝を行った場合、風営法第16条「清浄な風俗環境を害するおそれのある方法」で広告又は宣伝を行ったものと認められるとしている。

（1）入賞を容易にした遊技機の設置をうかがわせる表示

- ・ 「甘釘」
- ・ 「特選台」
- ・ 「天国調整」
- ・ 「モーニングサービス」
- ・ 「イブニングサービス」
- ・ 「赤字覚悟の熱血週間」
- ・ 「〇つの誓い」、「〇つの約束」、「〇つの宣言」、「〇ちの力」等
※ 〇は大当たりを象徴する数字（「7」等）又はこれを含む数字（「17」等）
- ・ 「〇〇〇の日」、「〇〇〇の月」、「〇〇〇月間」、「〇〇〇の年」、「〇〇〇の周年」
※ 〇〇〇は営業所の名称、地名、記念的行事、特定の機種名称

- ・ 「〇〇〇営業」
※ 〇〇〇は平常の営業でないことを示唆する文言（「元気」、「全開」等）
- ・ 「徹底強化」
- ・ 「別格」
- ・ 「〇〇〇．DAS（注：どっと出す）」、「〇〇〇．DEL（注：どっと出る）」等
※ 〇〇〇は営業所の名称又は特定の機種の種類
- ・ 「〇〇日には特選スイーツ限定提供」
※ 〇〇はぞろ目の数字又は大当たりを象徴する数字若しくはこれらを含む数字
- ・ 「リニューアルオープンから〇日目」、「グランドオープンから〇日目」、「新装開店から〇日目」
- ・ 「〇日・〇日・〇日は混雑予想日」
- ・ 「〇〇〇〇を大事にします。」、「〇〇〇〇を重視します。」
※ 〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日
- ・ 「〇〇〇〇には特に愛を込めて徹底清掃しました。」
※ 〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日
- ・ 特定の機種について若しくはぞろ目の日等の特定日においてライターその他の者が取材等を行う旨、又は営業所の名称、地名、記念的行事若しくは特定の機種の種類等を冠し、若しくは特定の機種の種類となっている者が来店する旨の表示
- ・ 「〇月〇日パチンココーナー従業員一同「揃って」お待ちしております。」
- ・ 「〇〇〇〇は、ガバッ！！」
※ 〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日
- ・ 「〇〇〇〇、大開！！」
※ 〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

(2) 大当たり確率の設定変更が可能な遊技機について設定状況等をうかがわせる表示

- ・ 「〇大量導入」 ※〇は設定を示す数字
- ・ 「ROCK」、「LOCK」
- ・ 「朝一高確率スタート」
- ・ 「〇つの誓い」、「〇つの約束」、「〇つの宣言」、「〇ちの力」等
※ 〇は設定を示す数字（「6」等）又はこれを含む数字（「16」等）
- ・ 「〇〇〇の日」、「〇〇〇の月」、「〇〇〇月間」、「〇〇〇の年」、「〇〇〇の周年」
※ 〇〇〇は営業所の名称、地名、記念的行事、特定の機種の種類
- ・ 高設定における大当たり確率のみを強調した表示
- ・ 「本日も「金」メダル！」
- ・ 「〇〇〇．DAS」、「〇〇〇．DEL」等
※ 〇〇〇は営業所の名称又は特定の機種の種類
- ・ 「〇〇日には特選スイーツ限定提供」
※ 〇〇はぞろ目の数字又は設定を示す数字若しくはこれらを含む数字
- ・ 「リニューアルオープンから〇日目」、「グランドオープンから〇日目」、「新装

開店から〇日目」等

- ・ 「〇日・〇日・〇日は混雑予想日」
- ・ 「〇〇〇〇を大事にします。」「〇〇〇〇を重視します。」
※ 〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日
- ・ 「〇〇〇〇には特に愛を込めて徹底清掃しました。」
※〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日
- ・ 特定の機種について若しくはぞろ目の日等の特定日においてライターその他の者が取材等を行う旨、又は営業所の名称、地名、記念的行事若しくは特定の機種の種類等を冠し、若しくは特定の機種の種類となっている者が来店する旨の表示
- ・ 大当たり時に発生する光、音等が当該営業所における遊戯において頻繁に発生することを示す表示
- ・ 「〇月〇日パチスロコーナー従業員一同「揃って」お待ちしております。」

(3) 賞品買い取り行為への関与をうたがわせる表示

賞品買取所の所在地及び賞品買取所における特定の賞品の買取価格等を直接的又は間接的にうかがわせる数字、文字、記号、イラスト等（ぱちんこ営業の客一般に賞品買取所における特定の賞品の買取価格等をうかがわせるものとして通用する隠語又はこれに類する表現を含む。）の表示であって、具体的には次のようなものを含む。

- ・ 「〇円交換」
- ・ 「等価交換」
- ・ 「高価交換」
- ・ 「完全交換」
- ・ 「闘火」
- ・ 「好感度MAX」

(4) 遊技客が獲得した遊戯球等の数を示し、これに付随して賞品買取所における買取価格等を直接的又は間接的に示す表示

- ・ 出玉ランキング表等にそれぞれの出玉に応じた賞品買取所における買取価格等を併記した表示

(5) 著しく多くの遊技球等の獲得が容易であることをうかがわせる表示

- ・ 「大放し〇万枚」
- ・ 「万枚オーバー」
- ・ 玉箱を重ねるなど著しく多くの遊技球等を獲得した状況を示す表示
- ・ 実際に獲得されたものではない遊技球等を収めた玉箱を客室エントランス部等に強調して積み上げる表示
- ・ 特定の日、週、月等（以下「特定日等」という。）に客が獲得する遊技球等の数

量について、当該営業所における過去の記録若しくは他の営業所の記録と競い、若しくは何らかの誓約若しくは目標を掲げるような催物を実施し、又はこれに参加していることを示す表示（当該催物の主催者が当該ぱちんこ営業者以外の第三者である場合を含む。）

- ・ 特定日等における大当たり確率の設定変更が可能な遊技機の設定状況について、当該営業所における過去の遊技機の設定状況若しくは他の営業所における遊技機の設定状況と競い、若しくは何らかの誓約若しくは目標を掲げるような催物を実施し、又はこれに参加していることを示す表示（当該催物の主催者が当該ぱちんこ営業者以外の第三者である場合を含む。）

(6) 風営法第19条の遊戯料金等の規制等に違反する行為が行われることを直接的又は間接的に締め巢表示

- ・ 「大特価賞品」
- ・ 「無料引換券」
- ・ 「50%off景品チケット」
- ・ 特別に無料で遊技球等の提供を受けることができることを示す表示
- ・ 遊技に伴って洗車、自転車修理、空気入れ等の役務の提供を受けることができることを示す表示
- ・ 「△△駅から徒歩で○秒、○歩、ダッシュで○秒」
※ ○は賞品の獲得に要する遊技球等の数量
- ・ 1万円を超える賞品の提供が受けられることを示す表示
- ・ 遊技に伴ってポイント等を付与し、当該ポイント等の蓄積数に応じて景品の提供（ポイントの提供者、ポイントの蓄積に応じた景品の提供者ともに、ぱちんこ営業者に限らない。）が受けられることを示す表示

(7) 遊戯の結果について客の技量により差異が生じる余地をなくしていることをうかがわせる表示

- ・ ハンドル固定を助長するような表示
- ・ 目押しサービスを受けられることをうかがわせる表示

3. あおり表現

風営法第16条「清浄な風俗環境を害するおそれのある方法」での広告又は宣伝とは、過度に「射倖心」をあおる表現の事である（以降「あおり表現」）。「射倖心」とは、「偶然の利益やしあわせを頼む心。まぐれあたりをねらう気持。」（『日本国語大辞典』）であり、ギャンブルの本質ともいえる。

上記の7つの分類では、「(Ⅰ) 出玉に関するあおり表現」と「(Ⅱ) 賞品・景品に関するあおり表現」に大別できる。

(Ⅰ) 「出玉に関するあおり表現：「甘釘」「特選台」「天国調整」「赤字覚悟」のような

直接的に多くの出玉が得られる事を連想させるあおり表現、「○つの誓い」「○ちの力」「リニューアルオープンから○日目」「グランドオープンから○日目」、「新装開店から○日目」「○日・○日・○日は混雑予想日」のように特別な日であることを表現して、多くの出玉を得られる事を連想させるあおり表現、また「○○○. DAS」、「○○○. DEL」「○○日には特選スイーツ限定提供」のように洒落や語呂合わせで出玉を連想させたり、特別な日であることを連想させるあおり表現の3つに分類することができる。パチンコ店における特別な日というのは、出玉を多く出す日であるとパチンコユーザーは考えているという事である。「○○日には特選スイーツ限定提供」などは、釘や設定が甘いということなのだが、パチンコユーザーでなければスイーツがもらえるのではないかと勘違いする表現である。「丁保発 102 号」で「様々な脱法的表現」としているのは、この洒落や語呂合わせのあおり表現のことと思われる。

2017 年 10 月現在の状況では、「リニューアルオープンから○日目」「グランドオープンから○日目」「新装開店から○日目」等の表現は使えないが「リニューアルオープン」「グランドオープン」「新装開店」また「新台入荷」「大型新台入荷」等は使える状況にある。パチンコがギャンブルである以上(公営ギャンブルではない)、その告知は射倖心をあおることになる。おそらく警察庁は「グランドオープン」「リニューアルオープン」の初日、および「新台入荷」のみを営業として必要な告知として、その他を風営法第 16 条違反の著しいあおり表現として境界線を引いたものと考えられる。

下の図 1 は「丁保発 102 号」通達前で「最強祭」「7 と 7 が重なる日に、館内が歓喜に包まれる!!!」「7 祭」等のあおり表現が使われており、店(営業所)のイベント性を前面に出した広告である(早野、宮田 2016)。「丁保発 102 号」でそれまで使っていたあおり表現のほとんどを規制した。図 2 は「丁保発 102 号」通達後の広告例であり、「開店」「新台入荷」の告知で、新規導入する台の情報と導入台数の告知が中心になっていることがわかる。



図 1 「丁保発102号」通達前のあおり表現を用いた広告例

2017 年 9 月、JR 上野駅の近くにあるパチンコ店の店長を調査した際、イベントに関する告知が禁止され、新台入荷時くらいしか告知できないため、少数の新台入荷を数多く行うことで、広告を出す回数を増やしている店舗が多くなったとその店長が話していた。この日の上野では、パチンコライター(パチンコ雑誌のライター)来店の告知を数店舗で行

っていた。「有名人の招致等の事実を告知する表示」は「(1) 入賞を容易にした遊技機の設置をうかがわせる表示」として禁止されている。「丁保発 102 号」では「風俗環境を害するおそれがある広告、宣伝等」「〇〇等をうかがわせる表示」との表現をとっている。「おそれがある」「うかがわせる」などは非常に曖昧な表現といえる。これなどは、その気になればすべての広告宣伝を取り締まれるという内容を含んでいるようにも解釈でき、警察のさじ加減でどうにでもなるということである。



図2 「丁保発102号」通達後の広告例

(Ⅱ)「賞品・景品に関するあおり表現」に関して、「丁保発 102 号」で「遊技の結果が直ちに現金の獲得につながることになり、著しく客の射倖心をそそるおそれがある」として規制している。そして「等価交換」等の文言は、「風営法第 23 条第 1 項第 2 号*1が禁止している業者による賞品買取行為が行われていることをうかがわせることから、上記風営法に趣旨に鑑み、著しく射倖心をそそるおそれがある」と記されている。パチンコ客にとって賞品買取行為を行っている者が業者か非業者かなどは、ほとんど関係がなく、規制の根拠として説得力に欠けている。「賞品・景品に関するあおり表現」の規制は、射幸性だけでなく現行のパチンコ業界におけるシステムの事情が多分に含まれている。

4. パチンコ参加人口の変化

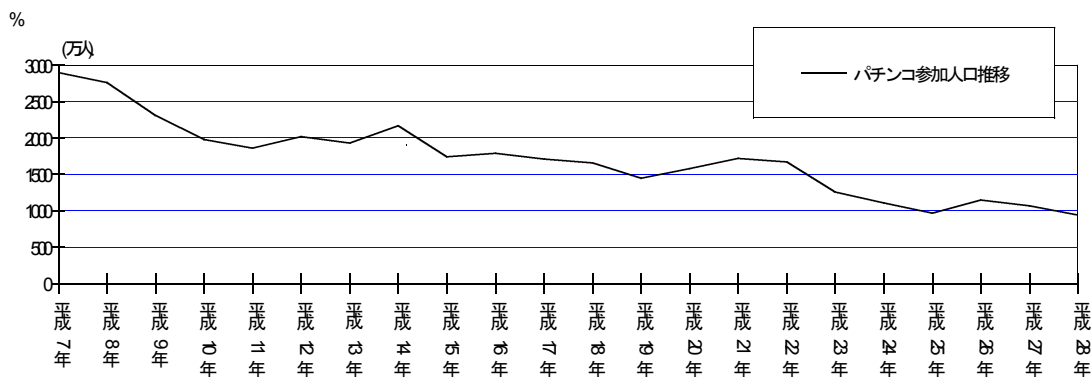


図3 パチンコ参加人口の変化 日本生産性本部(2017)『レジャー白書』より

図3は、H7年からH28年までのパチンコ参加人口の変化を表したものである。H7年には約2,900万人であったパチンコ参加者が、H28年には約940万人まで減少している。過去10年で見るとH20年、H21年と微妙に増加したが、H23年からまた大きく減少する。H23年の減少には東日本大震災*2が大きく関係している。パチンコ業界は、東日本大震災により大規模な広告宣伝活動の制限および自主規制を行った。テレビでの遊技機宣伝はなくなり、その後再開したパチンコ関連の宣伝も、すべて企業のイメージコマercialに代わった。現在では、パチンコユーザーの射倖心をあおるテレビコマercialはすべてなくなった。被災者がパチンコ店にいけなくなったこともあろうが、テレビや新聞における広告宣伝活動の制限が最大の要因と考えられる。

H23年の新台状況では、1月に出玉なし大当たりを最大出玉の1/4未満、下限1/400を遵守等の遊技機内規変更はあったものの、SANKYOから「CR フィーバー創聖のアクエリオン 転翅篇」、サミーから「ぱちんこ CR 北斗の拳百裂」、藤商事から「CR 地獄少女」、平和から「CR 戦国乙女2」、京楽産業から「CR ぱちんこ必殺仕事4」などの人気機種が各メーカーから出された。

H24年には、「丁保発102号」が発令されて、既に述べたように広告宣伝の規制が強化されるが、これは宣伝広告だけでなくイベントそのものを規制したことにもなる。イベントは集客目的で行うので告知が必要だが、その告知ができないのであるから新たなイベントを実施することができないのである。H23年からの減少は、宣伝広告の規制強化によるものと考えるのが妥当であろう。H26年に少し増加しているが、H27年、H28年でまた減少してきている。ここから、広告宣伝がなくてもパチンコに参加するユーザーは、約900万～約1,000万人と推定できるが、実は、現在も旧イベントの告知は文字表現以外で行われており、宣伝広告がなくても参加するユーザーはさらに少なくなると推測できる。

5. 広告宣伝の効果について

テレビや新聞での活動よりも、現在盛んに行われているのがSNS (social network service)での広告宣伝である。筆者は2017年5月からランダムで宣伝広告と集客の関係を調査している。最終的な調査報告は『日本語文化の研究』(2018.3 予定)で報告するが、本稿では、その中間報告を行う。調査項目は、LINE (SNS のひとつ) に送られてきた広告宣伝の有無と宣伝の内容、開店前に並んだ客の数、釘調整*3である。調査対象とした店舗は東京都東大和市にあるマルハン東大和店(以降M店)である。

表1 広告と集客数の関係

	釘状態	客数(平均人数)	N=29
広告宣伝あり	3.67	284.83 (旧イベント345.00 新台入荷134.25 合同482.00*4)	
広告宣伝なし	2.71	74.90	※合同とは旧イベントと新台入荷が重なった日

宣伝広告があるときは、ないときの約3.8倍の集客数があることがわかる。「丁保発102号」通達以前は、M店では系列店も含め7日、17日、27日を7祭としてイベントを開催していた。現在では、文字表記によるイベント告知ができないため、文字表記以外でイベントであることを告知しなくてはならない。その場合、文字を使わずに旧イベントを連想

させる手法が使われる。図4はその1例である。左の広告に記載されていた「キタッ!!キタッ!!キタッ!!!!」「弾けるワクワク」等のあおり表現が、右の広告ではなくなっている。しかし、M店のユーザーはこのメガホンを持った女性のイラストが「7祭」の合図である



図4 告知表現の変化

ことがわかる。このイラストが使われた宣伝が、以前「7祭」が開催された7日、17日、27日(いわゆる7の日)に送信されてくるためである。表1で、旧イベントと表現したのは、このイラストが使われた日のことである。広告宣伝が送信されていない日の平均集客は74.90人、「新台入荷」が134.25人、

「旧イベント」が345.00人である。宣伝広告のない日を基準とすると、「新台入荷」で約1.79倍、「旧イベント」で約4.7倍、「新台入荷」と「旧イベント」が重なれば、約6.4倍の集客につながっている。出玉につながる釘状態も宣伝広告が入る日の方が、ない日よりも平均で0.96ポイント高いため、「広告宣伝が入る」→「特別営業」→「勝てる」という条件付けがなされていくことになる。

現在は、旧イベントを思わせる告知が許されている状態であり、将来的に旧イベントを思わせる告知まで取り締まり対象になれば、パチンコ参加人口はさらに減少していくと推測できる。近年、ギャンブル依存症が社会問題になっており、取り締まりが甘くなるとは考えにくい。

【注】

1. 「風営法第23条第一項」とは、遊技場営業者の禁止行為に関する法律で「1.現金又は有価証券を賞品として提供すること。」「2.客に提供した商品を買取ること。」「3.遊技の用に供する玉、メダルその他これに類する者(次号において「遊技球等」という。)を客に営業所外に持ち出させること。」「4.遊技球等を客のために保管したことを表示する書面を客に発行すること。」となっている。
2. 2011年3月11日に発生。地震による災害だけでなく、福島第一原子力発電所事故による絶大な災害も起きた。
3. 釘調整に関してはパチンコ歴20年で釘読みが可能な調査員(1名)が5段階で判定した。
4. 調査日で新台入荷と旧イベントが重なったのは1日のみでデータが限定されている。

【参考文献】

- 日本生産性本部(2017)『レジャー白書2017』生産性出版
 早野慎吾、宮田好恵(2016)「ギャンブル広告のあおり表現」『立川日本語・日本語教育研究所報告』(1) pp.9-16